

生态系统变化背景下电商平台的发展风险与机遇

徐志领

南京林业大学经济管理学院, 江苏 南京

收稿日期: 2024年5月18日; 录用日期: 2024年6月27日; 发布日期: 2024年8月28日

摘要

随着全球经济的快速发展和信息技术的迅猛进步, 作为一种新兴的商业模式, 电商平台正在迅速崛起并改变着传统的经济发展格局。在生态系统不断变化下, 电商平台面临巨大的机遇和挑战, 尤其是电商物流受到了严重影响, 为了在竞争激烈的市场中立足并取得长期发展, 电商平台需要制定科学有效的发展策略, 通过这些策略, 电商平台有望在生态环境的变化里迎来更加繁荣的发展。本文通过生态系统变化引起的一系列影响, 总结电商平台的发展现状和趋势, 以及生态系统对电商平台发展的影响, 识别电商平台在生态系统变化下产生的风险和机遇, 并探究在此背景下电商平台的发展优化策略, 为电商平台发展创造良好的环境。

关键词

生态系统, 电商平台, 电商物流, 电商发展

Development Risks and Opportunities of E-Commerce Platform under the Background of Ecosystem Change

Zhiling Xu

School of Economics and Management, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: May 18th, 2024; accepted: Jun. 27th, 2024; published: Aug. 28th, 2024

Abstract

With the rapid development of global economy and the rapid progress of information technology,

as a new business model, e-commerce platform is rapidly rising and changing the traditional economic development pattern. Under the changing ecosystem, the e-commerce platform faces great opportunities and challenges; especially the e-commerce logistics has been seriously affected. In order to gain a foothold in the highly competitive market and achieve long-term development, the e-commerce platform needs to formulate scientific and effective development strategies. Through these strategies, the e-commerce platform is expected to usher in more prosperous development in the changing ecological environment. Through a series of impacts caused by ecosystem changes, this paper summarizes the development status and trends of e-commerce platforms, and the impact of ecosystems on the development of e-commerce platforms, identifies the risks and opportunities generated by e-commerce platforms under ecosystem changes, and explores the development optimization strategies of e-commerce platforms under this background to create a good environment for the development of e-commerce platforms.

Keywords

Ecosystem, E-Commerce Platform, E-Commerce Logistics, E-Commerce Development

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

在全球生态环境改变、气候变暖诸多因素的影响下，社会生存环境随之发生变化，面临着严峻考验。随着经济全球化和人口基数的增加，各项资源和能源的使用量不断上升，对环境造成诸多不良影响。我国于2020年提出“碳达峰”“碳中和”的“双碳”战略目标提倡推进人与自然和谐共生，促进绿色低碳经济发展。作为推进“双碳”目标的重要助力，电子商务凭借数字经济与实体经济相结合的创新效应、生态普惠效应和产业升级效应，在此背景下能够有效降低碳排放量、提高能源使用效率，为打造新型商业生态提供更多选择，从而推动绿色电商的发展[1]。目前，我国对生态系统的保护力度加大，亟须推动产业优化，电商平台需要紧抓在此背景下的发展机遇，助力绿色经济高质量发展。

但同时，在生态系统变化的背景下电商平台的发展也面临着诸多挑战。随着市场竞争的加剧，电商平台需要不断创新以维持其竞争优势。同时，随着消费者对商品品质和服务质量的要求不断提高，电商平台也需要不断提升自身的供应链管理能力和售后服务水平[2]。尤其在生态系统不断变化下，电商平台面临巨大挑战，尤其是电商物流受到了严重影响，为了在竞争激烈的市场中立足并取得长期发展，电商平台需要制定科学有效的发展策略，如此才能保证平台赖以生存的物流不受影响。

2. 生态系统变化背景下电商平台可发挥的作用

生态系统变化对电商平台的影响深远且复杂。随着全球气候变暖、资源短缺等环境问题的加剧，电商平台在运营过程中面临着前所未有的挑战。例如，极端天气事件导致物流延误、成本上升，直接影响电商平台的配送效率和客户满意度。据统计，近年来因气候变化导致的物流延误率逐年上升，给电商平台带来了巨大的经济损失。

同时，生态系统变化也催生了新的市场需求和消费趋势。消费者对环保、可持续产品的需求日益增加，他们更倾向于选择那些能够减少环境污染、节约资源的电商平台。因此，电商平台需要积极调整战

略，将绿色、可持续的理念融入产品和服务中，以满足消费者的需求[3]。

此外，生态系统变化还推动了电商平台的技术创新。例如，人工智能、区块链等先进技术的应用，为电商平台提供了更加高效、安全的解决方案。这些技术不仅提高了电商平台的运营效率，还为消费者带来了更加便捷、个性化的购物体验。

2.1. 提高能源使用效率，减少冗余浪费

在生态系统变化背景下，国家提出了双碳目标，这对电商平台的发展提出了新要求。数字信息是电商平台的核心生产要素，本身就具备绿色低碳属性。电子商务的准入门槛较低，在全球价值链逐渐细化分工的背景下，中小企业获得了更多发展机会，互联网的知识扩散机制使各大企业的创新活力大大加强，加快了技术的更新步伐，同时也帮助企业完成数字化和智能化赋能。能源系统和数据作为电商平台的首要生产要素，在互联网的主导下能够实现劳动力与资本的契合匹配，提高能源的利用效率，实现规模化、碎片化利用，进一步减少了生产要素运行过程中的资源冗余浪费。此外，在大数据技术的支持下，通过电商数据平台能够实时监控自身的各种资源使用现状，并对数据进行收集与分析，从包装材料等资源需求结构入手，帮助企业完成精准改善[4]。例如，对碳排放量超标的生产环节进行监控和预测分析，可引导电商企业逐渐减少传统化石能源的用量，以清洁能源代替，促进生态化、绿色化发展。从打造节约型能源结构的视角分析，由于电子商务不受时间和空间限制，因此能减少传统商务模式中时空限制导致的资源消耗，且电子商务还能促进市场精细化发展，提高贸易主体能源使用的精准性[5]。传统实体店日常经营中的照明、空调等需求需要大量能源维持，电子商务中的经济活动多为在线销售，在一定程度上控制了实体店的规模和数量，降低了能源消耗和碳排放。此外，使用大数据、物联网技术构建的智能化物流系统和集中化配送中心促进了物流运输路径的优化和简化，可改善重复运输、空载运输等资源浪费问题，减少物流作业产生的碳排放量，达到绿色生产的目的。

2.2. 引领消费者绿色消费行为，推动绿色经济发展

绿色消费行为是指消费者在消费行为中强调节约资源、保护环境的可持续消费模式。与超市、农贸市场等传统消费市场相比，电子商务具有影响消费行为的独特优势[6]。电商平台网站中的商品视频介绍及近年来兴起的直播电商成为消费者了解商品信息的主流途径，能对消费者消费习惯的倾向和选择产生积极影响，倡导其绿色消费行为，通过持续曝光节能信息、突出绿色商品属性，消费者能更加便捷直观地了解商品的环保价值。作出更为环保的消费决策，电商平台通过大数据、云计算技术持续精准推送绿色商品和绿色消费理念的信息，引导消费者形成绿色消费效应。例如，构建专门的闲置物品、二手商品分享和购买平台，鼓励消费者根据自身需求适时、有度地购买，可减少过度浪费和生产，提高资源利用效率，减轻大量废弃物、闲置物品对环境造成的压力[7]。消费者采纳绿色商品信息的意愿受信息感知有效性、电商平台环境安全性和信息人满意度的影响，企业声誉激励机制和产品展示机制甚至能促进消费者溢价支付绿色产品的行为，电子商务为企业和消费者构建了直接联系的桥梁，在商品流通环节注入绿色元素，能更好地展示企业形象，提高声誉。由于边际成本更低，电商平台能够突破资本、土地、劳动力和技术等稀缺生产要素的禁锢，加快实现自身的绿色发展。

3. 生态系统变化背景下电商平台的发展风险

3.1. 自然资源短缺

自然资源短缺对电商平台的发展带来了诸多挑战。随着全球人口的增长和经济的快速发展，自然资源的需求日益增加，而供给却难以满足这种增长。这种供需矛盾导致资源价格不断上涨，进而影响到电

商平台的运营成本。塑料包装材料是电商物流中不可或缺的一部分，但石油资源的短缺和价格上涨直接导致了塑料包装成本的增加[8]。据统计，近年来塑料包装材料的价格上涨幅度已超过 10%，这无疑增加了电商平台的运营成本。

自然资源短缺还影响了电商平台的供应链稳定性。许多电商平台依赖于全球供应链，而自然资源的短缺往往会导致供应链中断。稀土资源的短缺直接影响到电子产品的生产，而电子产品是电商平台上的重要商品之一。一旦供应链中断，电商平台将面临商品短缺、交货延迟等问题，这不仅会影响用户体验，还可能导致用户流失。

此外，自然资源也对电商平台入驻商家有着巨大影响。在 2001 年，美国西北大西洋海岸的水资源短缺对世界上最大的啤酒厂商百威英博的两种主要供给原料产生影响，主要体现在价格和获取难易度上。由于可获取的灌溉水量的减少，大麦价格上涨。同时，铝罐的供应量降低了，原因在于需要依靠低成本水电能源的铝罐铸造商在干旱时期由于电价上涨，减少了产量。对于提供超过一种生态系统服务的资源，对它的竞争使用同样会引起成本提高。例如，欧洲可再生能源目标正在增加全球对作为燃料用途的木纤维的需求，结果促成了作为造纸用途的木纤维的价格上涨。

3.2. 气候变化对物流的影响

气候变化对物流行业的影响日益显著，特别是在全球供应链中。随着全球气温的上升，极端天气事件如暴雨、干旱、洪水和飓风等变得更为频繁和剧烈。这些天气极端情况不仅直接威胁到物流基础设施的安全，如仓库、运输线路和港口，还可能导致供应链中断，影响商品的正常流通。此外，由于生态系统的恶化以及二十大的召开，国家也提出了双碳目标，电商平台对于碳排放也需要承担一定责任。

以京东为例，这家我国领先的电商平台在近年来多次面临气候变化带来的物流挑战。据我国 2022 年的环境、社会和治理报告，极端天气事件导致其在某些地区的配送中心运营受阻，影响了数百万用户的购物体验。此外，气候变化还导致运输成本上升，因为物流公司需要投入更多资源来应对不可预测的天气条件。

分析模型显示，随着全球气温的继续上升，物流行业将面临更大的挑战。据国际能源署(IEA)的研究，到 2050 年，由于气候变化导致的极端天气事件，全球供应链中断的频率可能增加 50%。这意味着电商平台和相关合作的物流公司需要采取更加积极的措施来应对这一挑战。

阿里巴巴、京东等公司已经开始采取行动，通过投资可持续技术和改善供应链韧性来应对气候变化带来的风险，同时也可以降低企业的碳排放。例如，京东正在研发更加环保的包装材料，以减少运输过程中的碳排放；同时，它还在国内建立了一系列应急仓库，以应对极端天气事件导致的供应链中断。

气候变化是商业领域面临的巨大挑战之一，电商平台和物流公司必须认识到这一点，并采取切实可行的措施来应对气候变化带来的风险，以确保供应链的稳定和可持续发展。

3.3. 电商平台的绿色发展困难

站在理论角度来看，生态环境的改变不会直接导致电商平台发展风险的增加，而是通过对其筹资、投资及日常运营活动产生较大影响，进而对电商平台的健康发展构成挑战。由于生态系统的不断恶化，国家出台了各种政策来限制各行业的资源消耗以降低碳排放。

电商平台的发展离不开互联网设施。互联网基础设施覆盖率与电子商务市场有直接关联，在保证电商平台的稳定运营的同时，互联网基础设施也消耗了大量电能，且制造基础设施导致投入过高，日常维护也消耗了大量人力和物力。以往 10 年的统计中显示，我国数据中心的耗电量年增长速度超过 10%，截至 2020 年耗电量已达到 2045 亿千瓦时，且存在逐年上升趋势。此外，在消费群体不断扩大的前提下，

对通信产品的需求量也越来越高，而通信产品的正常使用离不开互联网基础设施的支持，进一步加大了环境压力，对绿色经济发展造成不良影响[9]。

此外电商平台的可持续发展需要规模庞大的基层劳动力支持，随着企业日常办公规模的日益扩大，增加了用水、用电等一系列办公需求产生的碳排放量，大量办公人员增加了对照明、制冷、采暖的需求，导致大量电能被消耗。2023年，《中国电子商务企业温室气体排放总量研究报告》指出，全国电子商务企业碳排放量占第三产业总排放量的25%，除了日常办公外，包装、物流、数据中心和仓储也是碳排放的主要领域。电子商务作为与绿色经济发展需求高度契合的社会经济模式，本身虽然具备绿色属性，但电商企业在日常运营中若不注重控制包装、数据处理、物流运输产生的能源消耗，就会增加碳中和压力，不利于绿色经济发展[10]。

3.4. 绿色物流发展时间较短

由于生态系统的变化，我国对生态环境保护愈发重视，这对我国各大电商平台提出了新的发展要求。我国绿色物流发展较晚，与其他国家相比，我国的许多电商平台在绿色包装、绿色仓储与物流基础设施等技术上，都比较落后，因此硬件和软件设施均不完善，这也是制约我国电商平台绿色物流发展的一大重要因素。硬件设施主要体现在许多城市、乡镇运输道路、仓库建设弱，清洁化程度低，物流工具与设备、废物净化与处理能力落后以及物流网络建设不合理等方面，导致绿色物流发展空间小。尤其是运输设备的落后，例如，货运汽车一般是各类农产品运输的首选，这加剧了废气的排放，提高了空气净化与治污的成本，并且会造成大量的噪声污染[11]。

近年来，随着现代科技技术的不断发展与革新，电商物流配送模式得到了巨大进步，在国家日益重视生态环境保护的情况下，人们的环保意识的提高，对于配送方式的低碳环保程度的需求日益提高，而国内电商平台对于绿色物流的发展整体上还较为落后，当下传统的物流模式已无法满足绿色物流的要求，也与我国提倡绿色环保的要求背道而驰。

4. 生态系统变化给电商平台带来的发展机遇

4.1. 绿色电商的发展

随着全球环境问题的日益严重，绿色电商的发展逐渐成为电商行业的重要趋势。绿色电商不仅关注产品的销售和利润，更重视环境保护和可持续发展。通过推广环保理念，绿色电商为消费者提供了更加健康、环保的购物选择。

近年来，绿色电商市场规模迅速增长。据统计，到2023年，全球绿色电商市场规模预计将达到数千亿美元。这一增长主要得益于消费者对环保产品的需求增加以及政府对环保产业的支持。例如，中国政府提出了“绿色发展”战略，鼓励企业开展绿色生产和绿色消费。

绿色电商的发展不仅带来了经济效益，也带来了环境效益。通过推广环保产品，绿色电商减少了资源消耗和环境污染。同时，绿色电商还通过优化供应链管理、推广循环经济等手段，进一步降低了环境成本。这些举措不仅有助于电商行业的可持续发展，也为消费者提供了更加环保的购物体验[12]。

此外，我国部分电商平台正在不断创新和改进。阿里巴巴通过技术创新降低环保产品的成本，提高产品的竞争力；得物平台通过与物流公司合作建立更加完善的绿色物流体系，确保了产品的环保性和质量并通过多种渠道加强宣传和推广，提高消费者对绿色包装的认知度和接受度。

综上所述，绿色电商的发展是电商行业的重要趋势，也是应对我国环境问题的重要举措。通过推广环保理念、优化供应链管理、加强宣传和推广等手段，绿色电商将为消费者提供更加健康、环保的购物选择，同时也为电商行业的可持续发展注入新的动力。

4.2. 循环经济在电商领域的应用

随着世界经济的不断深入发展，环境问题日益凸显。党的十八大以来，习近平总书记就生态文明建设的战略问题作出了一系列重要论述，对绿色低碳循环发展作出系列部署，保护环境，建设美丽中国是新时代的重大使命。

循环经济作为一种新型经济发展模式，在电商领域的应用正逐渐显现出其巨大的潜力。循环经济强调资源的有效利用和环境的可持续发展，这与电商平台的运营理念不谋而合。电商平台通过整合供应链、优化物流、推广绿色产品等方式，积极践行循环经济理念，不仅有助于减少资源浪费和环境污染，还能提升企业的竞争力和品牌形象。

以得物电商平台为例，该平台通过引入循环经济理念，实现了显著的环保成果。他们与供应商合作，推广使用可再生包装材料，减少了一次性塑料的使用。同时，他们还建立了逆向物流体系，对退货商品进行回收和再利用，有效降低了资源浪费。据统计，这一举措使得该平台每年减少的塑料使用量高达数百万公斤，不仅减少了环境污染，还为企业节省了大量的成本。

循环经济在电商领域的应用还体现在推动绿色供应链的建设上。电商平台可以通过与供应商合作，推动供应链的绿色化转型。其次，平台还可以鼓励供应商采用环保的生产工艺和材料，减少生产过程中的环境污染。同时，电商平台还可以建立完善的绿色产品认证体系，对符合环保标准的产品进行标识和推广，引导消费者购买绿色产品。

循环经济在电商领域的应用不仅有助于实现资源的有效利用和环境的可持续发展，还能为企业带来实实在在的经济效益。通过推广绿色产品和优化供应链等方式，电商平台能够降低运营成本、提升品牌形象，并在竞争激烈的市场中脱颖而出。

4.3. 消费者对环保产品的需求增加

随着全球环境问题的日益严重，消费者对环保产品的需求不断增加。这一趋势为电商平台提供了巨大的发展机遇。根据最近的市场研究报告，超过 70% 的消费者表示更愿意购买环保产品，这一比例在过去五年内增长了近 30%。这一变化不仅反映了消费者对环境保护的关注，也体现了他们愿意为环保付出实际行动的态度。

亚马逊作为全球最大的电商平台之一，它积极响应消费者对环保产品的需求，推出了多项绿色倡议。亚马逊与多个环保组织合作，推出了一系列环保认证产品，并在平台上为消费者提供了详细的环保信息。这不仅提高了消费者对环保产品的认知度，也促进了环保产品的销售。

此外，电商平台还可以通过技术创新来满足消费者对环保产品的需求。例如，利用大数据和人工智能技术，电商平台可以分析消费者的购买行为和偏好，为他们推荐更加环保的产品。同时，电商平台还可以通过优化供应链管理，减少产品的环境影响，提高产品的环保性能。

5. 电商平台应对风险与抓住机遇的策略

5.1. 建立风险评估体系

在生态系统变化背景下，各大电商平台建设适合自己的风险评估体系显得尤为重要。这一体系不仅能够帮助平台识别潜在风险，还能为制定风险应对方案提供有力支持。风险评估体系的核心在于对各类风险进行量化评估，从而确定风险的大小、发生的可能性和对平台的影响程度[13]。

首先对于自然资源短缺的问题，电商平台在运营过程中依赖于大量的包装材料、运输能源等，这些资源的短缺将直接影响到平台的运营成本和效率。通过建立风险评估体系，平台可以量化分析不同资源

短缺情景对运营成本、供应链稳定性等方面的影响，从而提前制定应对策略，如采用环保包装材料、优化物流路线等。

其次，在气候变化对物流的影响方面，极端天气事件如暴雨、暴风雪等可能导致物流延误或中断，给电商平台带来巨大损失。平台的风险评估体系可以通过分析历史气象数据、预测未来气候变化趋势等方式，评估不同气候情景对物流的影响程度，从而指导平台提前调整物流策略，如增加应急物流储备、优化物流路线等。

在声誉风险方面，风险评估体系可以通过分析相关法律法规的变化趋势、监管机构的执法力度等数据，评估法律法规风险对平台的影响程度，从而指导平台加强合规管理、完善内部控制体系，避免企业由于违反法律法规而导致巨大的声誉损失。

5.2. 落实绿色生产目标，提高绿色供给含量

入驻电商平台的企业在产品设计和生产环节需对电子商务模式和绿色技术发展应持积极态度，响应国家提出的绿色生产目标，落实产品的绿色设计和制造。电商平台积极推动大数据、云计算等数字技术的应用，准确把握消费者的消费行为、偏好和决策等正式需求，将数据分析结果作为产品创新升级的参考和指导，在全部生产流程中增加绿色供给，积极使用可再生能源和碳排放较少的清洁能源，认真履行节能减排政策。此外，入驻企业可借助数字技术对所需原材料的范围进行扩大，将传统的供应链系统升级成高效、准时的绿色供应链系统。与供应商提前沟通，双方拟定供应计划，根据计划进行有效供给，从而控制订单成本，缩短产品的循环周期，提高生产和经营质量。例如，日本著名快消品牌优衣库，与其他服装品牌的不同之处在于其主打舒适、环保，进入中国市场后紧跟电子商务运营，一方面，产品设计大量使用低碳环保的功能性原料，严格按照国际环保标准提高产品质量，赋予了优衣库良好的绿色竞争力；另一方面，优衣库借助天猫、京东旗舰店等电子商务平台，节省了店面装修费、人工成本等传统门店渠道的大量资源，提高了企业的绿色竞争力[14]。

合理利用信息技术提高生产过程中的污染治理和绿色元素的曝光率，让社会公众看到企业实施绿色生产、绿色发展的真实行动，获得其了解与认可，形成外部评价与监督的长效机制。加大企业对数据采集、产品设计、策略制定的管理力度，推动企业设立科学的碳排放刻度，落实绿色生产目标。例如，京东物流与国家电投下属单位共建的数智化供应链和能源生态体系，将物资采购、智慧物流、数字化升级、综合能源供应、碳中和计划、产业生态等领域作为重点内容，开展全方位深入合作，借助京东物流的供应链基础设施网络，更为迅速地将光伏产品配送到当地目标区域，且京东服务也能为小型光伏电站的建设提供材配、安装、运维等一站式专业服务，为打造高效安全、绿色清洁的能源生产体系提供有效助力[15]。

电商平台日常运营中要鼓励线上办公、网络洽谈、电子签约等绿色运营模式，推动发票、文件、合同入档归档的电子化管理，减少纸质合同和票据的使用量，降低大规模集中办公水、电、燃气使用量，提升低碳环保水平。

5.3. 电商平台贯彻绿色发展理念

电商平台与生态环境的协同发展已成为当今商业领域的重要议题。随着全球环境问题的日益严峻，电商平台作为连接消费者与生产商的桥梁，其运营模式和策略对生态环境的影响不容忽视。因此，电商平台需要积极应对这一挑战，将生态环保理念融入其业务发展中，实现与生态环境的协同发展。

一方面，电商平台可以通过推广绿色产品和环保理念，引导消费者形成绿色消费习惯。如得物平台和京东积极推广绿色产品和环保理念，通过提供绿色包装、鼓励回收等方式，减少了对环境的影响。据

统计，以京东为首的几家电商平台的环保措施已经帮助减少了数百万吨的碳排放和废弃物产生。

另一方面，电商平台也可以利用技术创新推动生态环境的改善。例如，阿里巴巴旗下的菜鸟网络通过智能化、数据化的物流管理系统，减少了物流过程中的碳排放和废弃物产生。此外，菜鸟网络还积极推广绿色包装和回收再利用等环保措施，为电商平台的环保发展树立了榜样。

除了推广绿色产品和环保理念、利用技术创新推动生态环境的改善外，电商平台还可以通过优化供应链管理、推动循环经济等方式，实现与生态环境的协同发展。例如，京东通过建立绿色供应链管理系统，将环保理念贯穿于整个供应链中，从源头上减少了对环境的影响。同时，京东还积极推动循环经济，通过回收再利用等方式，实现了资源的最大化利用。

5.4. 电商平台重视绿色物流的发展

绿色物流包装的发展前景广阔，市场潜力巨大，是未来物流产业的主流趋势。在我国电商行业飞速发展的同时，对包装提出了新需求，而绿色物流包装恰好能满足这一需求。所以，企业要将绿色物流包装理念贯彻始终。

首先，电商企业在发货之前，要主动采用可降解包装袋、循环盒等绿色包装，将物流包装原料对环境造成的污染降低到最低，并按照物流运输箱容量、托盘尺寸对产品进行再设计，以降低过度包装带来的浪费，以及降低排放量。基于大数据、云计算、物联网等技术，相关合作的物流企业可以构建能够自动识别、分类、存取商品的多个子系统，通过二维码、条状码等技术对物流信息进行追踪，提升识别精度，推进物流自动化进程。

其次，提升绿色仓储及绿色流通加工网点及覆盖范围，采取绿色物流配送的策略；采用 AI 仿真线路，采用智能算法对运输路径进行大量分析和预测，并基于预测结果，对各条路线进行优化，获取最佳路线。增加新能源汽车在中短距离配送中的使用频率，并逐渐取代传统的燃料运输工具，在运输过程中，对订单和货物进行合理安排，尽可能地达到满载，从而更好地控制运输费用，提高使用效率，从而达到降低碳排放量的目的。在此基础上，结合交通信息及顾客偏好行为因子分布，选择合理的仓储位置布置方式，实现仓储空间的“绿色化”设计。绿色流通加工平台的功能是对原来的随机一个加工环节进行优化升级，在产品的流通过程中持续地进行生产性加工，使其变成更符合顾客需要的成品，从而使流通过程中的环境污染和能耗大大减少，进而提升产品的附加值和物流品质。比如盒马鲜生，通过专业化的集中加工和规模化的运作，把日常生鲜产品的加工剩余部分再加工，把鱼的鳞片加工成胶粘剂原料，把家畜的内脏和骨头加工成饲养用的饲料，成功实现废料二次利用，这样可以降低生鲜产品对环境的污染，真正做到了物流的绿色发展。

最后要提升消费者环保意识。消费者要树立绿色消费观念，通过分析调查问卷，发现消费者对于绿色物流包装的了解程度并不高，究其原因，一是部分消费者认为过度包装增加了成本，二是部分消费者认为商家提供的环保包装并没有达到相应标准，三是由于未对其产生足够重视而忽视了包装本身存在的问题。因此，首先平台应加强绿色物流包装的宣传工作，让消费者认识到绿色物流包装不仅能为商品带来保护作用而且能降低成本；其次电商平台要在生产环节中严格把关，杜绝一次性塑料制品的使用；最后政府出台了一系列相关法律法规及政策来规范电商企业生产和经营行为，并且通过新闻媒体向社会宣传环保观念以及绿色物流理念，对企业实行严格监管及惩罚机制，使其不敢因利益而忽视环境保护，所以企业要遵守国家出台的法律法规。

6. 结论

综上所述，本文得出以下结论。第一电商平台需建立风险评估体系；第二，落实绿色生产目标，提

高绿色供给含量；第三，电商平台要贯彻绿色发展理念；第四，电商平台要重视绿色物流的发展。电商平台在生态系统变化背景下既面临着挑战也拥有着机遇。只有通过加强风险管理、抓住发展机遇以及优化供应链管理等措施，电商平台才可以在变化的市场环境中保持竞争力并实现可持续发展。

参考文献

- [1] 孙伟. 基于绿色物流的包装研究[J]. 产业创新研究, 2021(24): 32-34.
- [2] 张弩, 周科. 电商企业营销模式如何创新[J]. 中国商界, 2024(4): 62-63.
- [3] 张亦文. 双循环视角下跨境电商平台赋能影响企业出口绩效的机制[J]. 商业经济研究, 2024(5): 154-158.
- [4] 周利星. 电商平台背景下商贸物流企业市场营销模式创新研究[J]. 商业经济研究, 2024(1): 105-107.
- [5] 李白. 绿色物流体系下物流企业高质量发展问题与对策研究[J]. 商场现代化, 2024(7): 6-8.
- [6] 朱文仲. 数字贸易时代下福建电商企业的全球竞争力分析[J]. 现代商贸工业, 2024, 45(11): 39-41.
- [7] 薛冰欣, 谢泗薪, 樊舒琪, 等. 绿色供应链视角下农村电商冷链物流配送体系绿色创新研究[J]. 物流科技, 2024, 47(11): 152-154.
- [8] 林淑理. 我国跨境电商发展的新机遇、新挑战[J]. 财富时代, 2024(4): 62-64.
- [9] 夏萌. 电商平台下考虑渠道竞争和消费者绿色偏好的制造商入侵策略[J]. 物流技术, 2024, 43(3): 106-115.
- [10] 梅秀花. 电商产业集聚对城市绿色经济增长的影响[J]. 商业经济研究, 2024(6): 127-130.
- [11] 鞠安琪, 宋波. 农村电商发展对生鲜农产品绿色物流效率的影响[J]. 商业经济研究, 2024(5): 122-125.
- [12] 杨浩雄, 杨阔, 陈欣冉. 绿色生鲜电商供应链定价决策及协调机制探讨[J]. 价格理论与实践, 2023(12): 189-193, 211.
- [13] 晁姣. 探究绿色物流包装在电商中的应用[J]. 中国储运, 2024(2): 43-44.
- [14] 蒋永霞. 政策持续推动快递企业绿色转型提速[N]. 中国商报, 2024-01-18(004).
- [15] 快递包装减量更好促进绿色转型[J]. 中国包装, 2024, 44(1): 4.